

### **Рекламный календарь как ресурс приобщения подростков к чтению**

Известно, что в подростковом возрасте рекомендации сверстников становятся самыми значимыми. Поэтому просветительская деятельность по популяризации книг лидерами чтения – читателями-подростками становится особенно актуальной для формирования круга свободного, непрограммного чтения. Идея использовать рекламу с целью влияния на подростков, читающих по принуждению (да и то чаще всего только те произведения, которые входят в школьный курс литературы), или совсем не читающих, нашла воплощение в проектном продукте деятельности волонтеров чтения (такое сообщество возникло в гимназии в прошлом году) – рекламном настенном календаре «Летние чтения – наши предпочтения».

Для авторов календаря такой творческий продукт явился хорошей возможностью не только отразить собственные читательские впечатления, читательские вкусы, но и продемонстрировать творческую индивидуальность, а также напомнить о ценности, значимости чтения.

Проектируя структуру и содержание календаря, мы рассматривали его как рекламный ресурс побуждения к чтению, как «список перспективного чтения» для нечитающих или мало читающих школьников.

Деятельность по созданию календаря состояла из несколько этапов, разных продолжительности и трудности.

В результате проведения конкурсов творческих работ по книгам в рамках фестиваля «Летнее чтение – многообразие возможностей»: конкурса открыток-рецензий; конкурса иллюстраций и др. удалось собрать большое количество иллюстративных и текстовых работ, в которых были представлены образы, мысли, смыслы, возникшие под впечатлением от книг, прочитанных летом. Отбор как текстового, так и иллюстративного материала для календаря группа волонтеров чтения и куратор объединения – авторы идеи создания календаря – осуществляли по соответствующим критериям: самостоятельности, оригинальности (рисунок и текст должен быть создан самим школьником, не иметь аналогов в других текстах, рекламе и Интернете), лаконичности, доказательности.

Структура календаря традиционна: обложка, 12 страниц по числу месяцев, календарная сетка. Своеобразие календаря в том, что объектом рекламы в нем является книга, которая будет интересна подростку.

Яркую обложку календаря мы решили оформить рисунками профессионального художника Марии Гараниной из сборника «Живые лица. Навигатор по современной отечественной детской литературе», их тема – читающие дети. Мы считаем, что рисунки удачно вписались в стилизовое оформление календаря, соответствуют его названию и привлекают к себе внимание.

В процессе поиска идеи оформления каждой страницы календаря мы в первую очередь стремились привлечь внимание к книге, поэтому уделили большое внимание расположению текстовой информации, выбору яркого декоративного цветового решения.

Надпись «Книга для подростков. Мой выбор», размещенная на красном карандашике, поддерживает прагматическую направленность рекламного текста – побудить обратиться к представляемой книге. С этой же целью размещена фотография обложки и иллюстрация к книге.

Рисунки, созданные гимназистами, отражают результат восприятия книги, а также несут смысловую нагрузку, позволяя зрителям (потенциальным читателям) ярче представить образы героев или атмосферу книги. Иллюстрации, выполненные в графике или цвете, сопровождаются лаконичным связным текстом о книге, написанным с целью побуждения к ее прочтению.

Следующий элемент рекламы книги в календаре - аннотация, которые мы разделили на две части. В первой лаконично говорится о теме книги. Завершается аннотация рекомендацией к чтению, у которой говорящий заголовок «Почему важно прочитать?»

Назначение рекомендательных аннотаций - заинтересовать читателя-подростка, поэтому при создании текста о тексте важно было придерживаться требования краткости и точности.

Информация о создателях рисунков и текстов важна, так как не только подчеркивает его уникальность, но и убеждает в авторитетности суждений авторов рекламной информации: большинство из них имеет немалый опыт чтения и экспертной оценки книг-новинок, многие из них становились победителями творческих конкурсов всероссийского проекта «Книга года-выбирают дети».

Основной критерий отбора книг для календаря - актуальность ее темы для учеников подросткового возраста: книги о дружбе, о любви, сложности взаимоотношений, о духовном взрослении и др.

Какие читательские предпочтения наших гимназистов нашли отражение в календаре? Им особенно понравились книги А.Жвалевского и Е.Пастернак, Р.Даля, Д.Пеннака, В. Каверина, К. Патерсон, Э. Барсело.

На каждой странице размещен логотип Центра чтения, а также контакты гимназии.

Мы считаем, что календарь получился эффектным современным имиджевым рекламным продуктом Центра чтения, – именно такой статус был присвоен нашей гимназии в мае 2016 года министерством образования и науки Пермского края.